العـــدد 03
ت2 | 2025

الـــنّشرة الرّقميّـة

القائـد المجـدّد

"علينا الابتعـاد - في مجال وسـائل التواصـل الاجتماعـيّ - عن التعامل بعقليّـة فرديّـة، وأن نتعـاون مع الآخريـن؛ لأنّنـا في جبهـة، فإذا أطلقنا نيراننا فيها بشكل موحّـد نصل إلى النتيجـة المرجـوّة."

سماحة الأمين العام الشهيد السّيد هاشم صفي الدين | 6-10-2018

نضع بين أيديكم خلاصةً لأبرز المستجدات والتوجهات الخاصة بالعالم الرقمي، لا سيّما عالم الذكاء الاصطناعي. إلى جانب جملةٍ من الخطوات التي تساعد في تعزيز جاذبية المحتوى وقدرته على الوصول إلى الجمهور.

لتصـل أكثـــر

1. الهوك مفهوم أم مجرّد إجراء؟

سجّل يوتيوب - على سبيل المثال لا الحصر - أعلى معدّل له في تخطّي المستخدمين للثّواني الأولى التي تستغرقها عادةً عناصر الهوك المكرّرة.

اليوم، الهوك الأقوى هي المعلومة الأقوى، وخاصّة عند تقديمها مباشرة بطريقة جاذبة عفوية وواثقة مع تجنّب تكرار الأساليب التي باتت مكشوفة وتلك التي تستهلك وقتًا على حساب تقديم المعلومة.

2. لكـلّ مقـام مقـال

يشكو بعض أصحاب المحتوى القيّم من ضعف وصول محتواهم، إلى حدّ اليأس من إمكانية الوصول، معتبرين أنّ وسائل التواصل أصبحت مجرّد وسيلة لنشر وترويج "التّفاهة".

حين ننظر بواقعية ونعلم أنّ المستخدم غالبًا يتصفّحها للتّسلية وللحصول على جرعة "دوبامين" سريعة سنحدث تحوّلًا. إنّه يبحث عن قطعة حلوى، ونحن نخطئ عندما نخبره أنّ محتوانا عبارة عن طبق خضار مشوي. سيتخطّى سريعًا. طعّم محتواك القيّم والصّحّي ببعض الحلاوة وامنح المتلقّي شعور المتعة والتّسلية الذي يبحث عنه من خلال:

1. **إثـــارة الفضول وطـرح الأسئلـة.**
2. **اعتماد الأسلـوب القصصي.**
3. **التنـوّع في الأسلوب والبُعد عن الرتابـة.**
4. **الخطاب العفوي دون تكلّف.**
5. **تطعيـم المحتـوى ببعـض الطرافـة أحيانًـا والأهمّ دون تصنّع.**

3. تضييق الوصول؟ فتّش عن المصطلح

يظنّ بعض الناشطين وصنّاع المحتوى أنّ تضييق المحتوى هو **استهداف شخصي مباشر نتيجة انتماءاتهم.** وأنّه يطال كلّ محتواهم دون استثناء. هذا وارد طبعًا. لكن لتفادي التضييق إليك بعض الحلول التي قد تساعد:

1. تجنّب وجود عبارات مثل (دم، قتل، موت، تحطيم، مقاومة، عدو، سلاح...إلخ) على الأقلّ في العناصر الأولى للمنشور مثل الكابشن أو واجهة الفيديو Thumbnail أو البوستر الأول من "الكاروسيل".
2. التركيز على تقديم المعطيات والأفكار بدل النبرة الهجومية. وتجنّب كل ما يدلّ على عنف، كراهية، عنصرية أو تلميحات جنسية في المضمون..
3. الإضاءة على الشق الإنساني والعاطفي بأسلوب جاذب.

المعيار بسيط: **تريد ميتا للمستخدم أن يتصفّح لوقت أكبر. وبالتالي ستقوم بالتضييق على كلّ محتوى يعوق راحته** ويقلّل جرعات الدوبامين التي يحصل عليها.

عالـــــم Ai

1. MAI-Image ينضمّ إلى المنافسة

أعلنت مايكروسوفت عن إطلاق أول نموذج من تطويرها داخليًّا لتوليد الصّور باستخدام الذّكاء الاصطناعي، يُدعى MAI-Image-1، والذي يُعدّ خطوة رئيسيّة نحو استقلالها عن الّشركاء الخارجيين في هذا المجال.

وقالت مايكروسوفت إنها صمَّمَت النموذج ليُنتِج صورًا واقعيّة وذات جودة عالية من مدخلات نَصّية، مع التركيز على الإضاءة والتعقيد البصري، وقد تمّ تصنيفه ضمن أفضل 10 نماذج على منصّة تقييم نماذج الذكاء الاصطناعي LMArena.

2. الأفضليّـة للمهنـدس؟

اليوم بات وجود "الصّحفي المهندس" الذي يتقن هندسة الأوامر (Prompt Engineering) ضرورة في غرف الأخبار، الأمر الذي سيحقّق جملة نتائج:

- يرفع مستوى الإنتاج.
- يُحسّن الجودة.
- يُسرّع الأداء.
- يُساعد المؤسسة على مواكبة التطورات الرقميّة، وبالتالي الحفاظ على مكانتها.

ونعني بإتقانه أن:

- يجيد توجيه نماذج الذكاء الاصطناعي للحصول على نتائج دقيقة، غير سطحيّة وذات قيمة تحريريّة.
- يتصرّف كمدقّق ومشرف يصقل مخرجات الذكاء الاصطناعي ولا يستهلكها بشكل سلبي.

3. أخبار كاذبة تبني ثقة؟

يشكّل ترويج الأخبار الكاذبة تحدّيًا مستمرًّا، لكن رغم تقويضه الثقة بالمؤسسات التي تتسرّع في نشرها إلا أنّه يعزّز الثقة بتلك التي تتصدّى لتفنيدها من خلال وجود منهج مستمر لديها يعتمد:

- كشف الأخبار المضلّلة، خصوصًا تلك المولّدة بالذكاء الاصطناعي.
- التوعية المستمرّة وتقديم تمارين عمليّة لذلك.

أثبتت الدّراسات أنّ هكذا خطوات تزيد:

- الموثوقية
- فرص المتابعة
- معدل زيارة المواقع

نصائح عند استخدام Chatgpt:

يتصدّر chatgpt قائمة التطبيقات المساعدة في إعداد المحتوى لكن ينبغي التنبّه خلال استخدامه لجملة أمور:

1. **التنقيح:** رغم نتائجه الجيّدة قد تتخلّل اقتراحات chatgpt جمل منمّقة وركيكة في آن، إضافة إلى احتمال وجود بعض الأخطاء. لذا دقّقها، نقّحها، وأضِف لمستك الخاصة.
2. **تبويب الأسئلة:** بدل أن تُبقي طريقة الأسئلة عشوائيّة، استفِد من الإعدادات وخاصيّة New Project وبوّب مشاريعك والمجالات التي تسأل فيها باستمرار. وبذلك عندما تريد أن تسأل، ادخل إلى الخانة المبوّبة المناسِبة.
3. **تحديد الشخصية:** حدِّد الشّخصيّة التي تودّ أن يلعبها chatgpt خلال المحادثة من خلال Customize Chatgpt

ستجد مجموعة شخصيّات، اختر ما يناسبك.

تحديثـــــــات

1. **مايكروسوفت** تعلن عن إنهاء دعم نظام التشغيل ويندوز 10 وتوقّف التحديثات الأمنية والإصلاحات الفنية للمستخدمين كما تنصح بالتوجّه إلى ويندوز 11 أو الاشتراك في برنامج التحديثات الأمنية الموسّعة (ESU) لفترة مؤقتة.
2. **واتساب** تعتزم إطلاق نظام أسماء مستخدمين (Usernames) بدلاً من رقم الهاتف فقط، لمنح المستخدمين هوية رقمية فريدة وخيار حماية إضافي. كما تختبر ميزة تحديد عدد الرسائل التي يمكن إرسالها إلى مستلمين يتجاهلونها، في خطوة تهدف للحدّ من الإزعاج والرّسائل غير المرغوب فيها.
3. **يوتيـوب** تُطلِق ما سمّته "برنامج فرصة ثانية" يتيح للمنشئين المحظورين سابقًا إنشاء قناة جديدة بعد مراجعة طلبهم وتقييم سلوكهم.
4. **إكـــس** تختبر ميزة تُتيح فتح الرّوابط داخل المنشور نفسه دون مغادرة المنصّة، كخطوة لتعزيز التفاعل وتقليل التشتّت لدى المستخدمين.
5. **إنستغرام** تختبر ميزة جديدة تُمكّنك من تعديل الخوارزمية يدويًّا، من خلال قسم "Your Algorithm" حيث يمكنك إضافة أو حذف المواضيع التي تهمّك بسهولة.

وعيــك درعــك

1. الناس هم مفتاح أمن المعلومات – لا التكنولوجيا وحدها

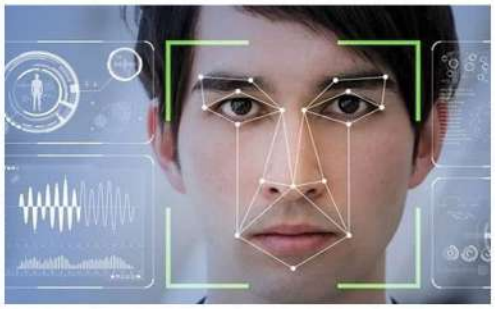
يُشير مقال في المنتدى الاقتصادي العالمي إلى أنّ **95٪** من خروقات البيانات في 2024 كانت مرتبطة بخطأ بشري، كما يُبرز أنّ الذّكاء الاصطناعي يزيد طبيعة التهديدات: فالهجمات أصبحت أكثر تطوّرًا، حيث أنّها أصبحت تحاكي أصوات المدراء التنفيذيين، ممّا يجعل المهارة البشرية في الشكّ والتأكّد أمرًا جوهريًّا.

التوصيات المختصرة:

- توسيع التدريب ليشمل جميع الموظفين.
- اعتماد دورات قصيرة مرنة تُحدَّث بانتظام لتواكب التهديدات.
- دمـج التفكير الأخلاقي والتساؤل النقدي في التدريب حول الذّكاء الاصطناعي.
- تشـجيع التّعـاون وتبـادل المعرفـة بين الجهـات المختلفـة (شركات، حكومات، مؤسسات)..

2. لا تنخـدع فـــورًا

أشارت دراسات حديثة إلى أنّ فعالية أدوات الكشف عن المواد المنتجة بالذّكاء الاصطناعي لم تتجاوز ثلث الصّور، كما أنّ دقة المستخدمين البشر في كشفها تقارب **62**٪. ما يزيد التحدّي هو سهولة استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي للجميع، وإمكانيّة دمج صور حقيقيّة للأشخاص في مشاهد أخرى وهو أمر تمّ استخدامه للابتـزاز في كثير من الحـالات.



لذا ينبغي التعامل مع كلّ ما هو خارج المألوف بعين النقد قبل التصديق، ومن ثمّ التّمحيص ومحاولة الكشف عبر استخدام الأدوات منها:

- **"Sightengine"**
- **"AIorNot"**
- **"Illuminarty"**
- **"DecopyAI"**

- "HIVE MODERATION"
- SynthID Detector من Google التي تعتمد على تقنية العلامات المائية watermarks داخل الوسائط المولّدة.
- "DALL·E 3" من OpenAI لكشف عن الصّور المولّدة.
- معيار "**C2PA**" المعتمد من Microsoft في منتجات مثل "Copilot" و"Paint" لربط بيانات المصدر والوقت بالمحتوى.

قد لا تكون هذه الأدوات كافية أو معروفة، لذا ينبغي زيادة جهود التوعية العامّة والحسّ النقدي تجاه المواد التي تصل إلى المستخدم ويتفاعل معها.

3. لسانك حصانك..

يُستدرج كثيرون – من دون قصد – إلى مشاركة تفاصيل ترتبط بعملهم سواء على وسائل التواصل أو حتى قرب الهاتف مثل:

1. **الإدلاء بتفاصيل تخصّ فتراتٍ حسّاسة.**
2. **الإفصاح عن معلومات خاصّة بهدف تصحيح خبر معيّن.**
3. **التعليق المسهب على صور تتعلّق بعملياتٍ وشهداء.**

كلّها قد تمنح خيوطًا لتحليلٍ أعمق. لذا ينبغي أن نلتفت إلى أن ما يستطيع الإنسان العادي استنتاجه من حديثٍ عابر، **يمكن للذكاء الاصطناعي استنتاجه بدقةٍ مضاعفة، وبسرعةٍ تفوق التصوّر**، مستندًا إلى أنماط الكلام وسياقاته.

4. هل يكفي التمويه؟

يلجأ البعض لتمويه الوجوه في الصّور بهدف إخفاء الملامح. لكن ذلك ليس كافيًا دائمًا. إذ يمكن استعادة الملامح في بعض الحالات عبر استخدام أدوات ذكاء اصطناعي أو أدوات تحلّل الmeta data التي تتضمّن تفاصيل متعلّقة بالصّورة والموقع الجغرافي والتاريخ.

لذا في حال كان نشر الصّورة ضروريًّا يُنصح باستخدام أدوات متقدمة مثل:

- **القصّ أو الطمس الكامل.**
- **إزالة بيانات الـ EXIF من الصّور قبل مشاركتها** (تحتوي على الموقع ونوع الجهاز).

هذا بالإضافة إلى التدقيق في الصّور والتأكد من عدم احتوائها على عناصر يمكن الاستفادة منها أمنيًا أو تثير الإشكالات.

تعريف رقمي:

Bounce rate | معدّل الارتداد

يعبّر عن نسبة الزوّار الذين يدخلون إلى صفحة في الموقع ثم يغادرون دون التفاعل مع أيّ عنوان آخر داخلها. وبالتالي كلّما انخفض المعدل كان أفضل. ولتحسينه ينصح بـ:

1. تحسين سرعة تحميل الموقع.
2. إدراج عناوين ذات صلة مرفقة بروابط داخلية.
3. التحديث الدائم لمحتوى وشكل الموقع، وتحسين تجربة المستخدم UX.
4. توجيه دعوات تفاعل (CTA) واضحة مثل "إقرأ المزيد" أو "جرّب الآن".